



**PENGARUH CITRA MEREK, E-WOM, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI TUKU**

**SKRIPSI**

**DISUSUN OLEH:**

**BELINDA PUTRI ANGGINI**

**2110111050**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Belinda Putri Anggini

NIM : 2110111050

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 30 September 2024

Yang menyatakan,

A yellow 1000 Rupiah stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text "REPUBLIK INDONESIA", "1000", "METRAL TAMPEL", and "2AF25AL1436111524".

Belinda Putri Anggini

# PERSETUJUAN PUBLIKASI

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Belinda Putri Anggini  
NIM : 2110111050  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : SI Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (Non Eksklusive Royalty Free Right) atas Skripsi saya yang berjudul:

**“Pengaruh Citra Merek, *Electronic Word of Mouth*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kopi Tuku”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 30 Desember 2024

Yang menyatakan,



(Belinda Putri Anggini)

# LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, E-WOM, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI TUKU

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

BELINDA PUTRI ANGGINI 2110111050

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 30 Desember 2024  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM., CPM  
Ketua Penguji



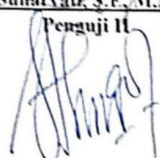
Lina Arvani, SE, MM  
Penguji I



Suharyati, S.E, M.M  
Penguji II


Dr. Jubaedah, S.E., M.M  
Dekan



Siti Hidayati, S.E., M.M  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 30 Desember 2024

***The Influence of Brand Image, Electronic Word of Mouth, and Product Quality  
on Purchase Decisions of Tuku Coffee***

**By Belinda Putri Anggini**

**Abstract**

*This research aims to investigate the impact of brand image, electronic word of mouth (E-WOM), and product quality on consumer purchasing decisions at Kopi Tuku. The study utilizes primary data and employs a quantitative approach, targeting the consumer population of Kopi Tuku. A purposive sampling method was implemented, yielding a total of 100 respondents. Data analysis was conducted using SmartPLS 4.0 to evaluate the relationships among variables. The results reveal that brand image does not significantly influence purchasing decisions, whereas electronic word of mouth and product quality have a significant positive effect on purchasing decisions.*

***Keywords: Brand Image, Electronic word of mouth, product quality, purchasing decision***

# **Pengaruh Citra Merek, Electronic Word of Mouth, dan Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian Kopi Tuku**

**Oleh Belinda Putri Anggini**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh citra merek, electronic word of mouth (E-WOM), dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Kopi Tuku. Penelitian ini menggunakan data primer dengan pendekatan kuantitatif, yang menasar populasi konsumen Kopi Tuku. Metode purposive sampling diterapkan, menghasilkan total 100 responden. Analisis data dilakukan menggunakan SmartPLS 4.0 untuk mengevaluasi hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan electronic word of mouth dan kualitas produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci: Citra merek, electronic word of mouth, kualitas produk, keputusan pembelian**

## PRAKATA

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyusun penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, *Electronic Word of Mouth*, dan Kualitas Produk terhadap keputusan Pembelian Kopi Tuku”. Penulis mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini diantaranya, sebagai berikut:

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
2. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
3. Ibu Suhayati, S.E, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan arahan dalam penyusunan proposal skripsi ini;
4. Orang tua dan saudara peneliti yang mendoakan serta memberikan dukungan mental dan finansial kepada peneliti untuk menyusun proposal skripsi;
5. Teman-teman peneliti yang memberikan dukungan, doa, dan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari penulisan proposal skripsi ini masih terdapat kekurangan sehingga peneliti menerima saran dan kritik dari para pembaca. Peneliti berharap agar penelitian ini bermanfaat bagi para pembaca.


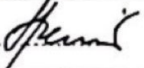

Jakarta, 16 Januari 2025

Belinda Putri Anggini

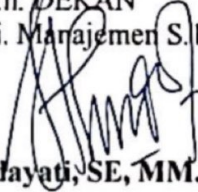
**LEMBAR PERBAIKAN UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025**

1. NAMA MAHASISWA : **Belinda Putri Anggini**
2. NOMOR POKOK MAHASISWA : **2110111050**
3. JUDUL SKRIPSI  
**Pengaruh Citra Merek, Electronic word of mouth, dan Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian Kopi Tuku**
4. PEMBIMBING : **Suharyati, S.E., M.M**
5. UJIAN HARI / TANGGAL : **Senin , 30 Desember 2024**

Telah di Perbaiki Sesuai Lembar Perbaikan

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM.,CPM	Ketua	1. 
2	Lina Aryani, SE, MM	Anggota I	2. .... 
3	Suharyati, S.E., M.M	Anggota II **)	3. .... 

Jakarta, 30 Desember 2024  
Mengesahkan  
A.n. DEKAN  
Kaprod. Manajemen S.I

  
Siti Hidayati, SE, MM.



## DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
2.1 Landasan Teori .....	14
2.1.1 Pemasaran.....	14
2.1.2 Pemasaran Digital .....	14
2.1.3 Perilaku Konsumen .....	15
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	16
2.1.5 Citra Merek .....	19
2.1.6 <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	21
2.1.7 Kualitas Produk .....	23
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu .....	26
2.3 Model Penelitian .....	35
2.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.3.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	36
2.4 Hipotesis.....	37

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
3.1.1 Definisi Operasional.....	38
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	39
3.2 Populasi dan Sampel .....	40
3.2.1 Populasi .....	40
3.2.2 Sampel.....	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.3.1 Jenis Data .....	41
3.3.2 Pengumpulan Data .....	42
3.4 Teknik Analisis Data .....	43
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	43
3.4.2 Analisis Statistik Infrensial .....	45
3.4.3 Uji Validitas.....	49
3.4.4 Uji Reabilitas.....	50
3.4.5 Uji Hipotesis.....	50
<b>BAB IV .....</b>	<b>54</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	54
4.2 Deskripsi Data Penelitian .....	57
4.2.1 Deskripsi Data Responden.....	57
<b>4.3 Uji Hipotesis dan Analisis.....</b>	<b>64</b>
4.3.2 Analisis Data Inferensial.....	65
<b>4.4 Pembahasan .....</b>	<b>74</b>
4.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	74
4.4.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	75
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi tuku....	76
<b>5.1 Simpulan .....</b>	<b>78</b>
<b>5.2 Keterbatasan Penelitian.....</b>	<b>78</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Review Pelanggan Kopi Tuku di E-Commerce Tokopedia.....	6
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya.....	32
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	39
Tabel 4. Bobot Nilai Skala Likert .....	42
Tabel 5. Kisi kisi ukuran variabel .....	42
Tabel 6. Skala Penilaian Survei.....	44
Tabel 7. Interpretasi Nilai Indeks .....	45
Tabel 8. Interpretasi Nilai reliabilitas .....	50
Tabel 9. Interpretasi Nilai R-Square.....	51
Tabel 10. Interpretasi Nilai Q-Square .....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proyeksi Volume Produksi, Net Ekspor dan Konsumsi Kopi Indonesia (2022-2026).....	1
Gambar 2 Daftar sosial media yang digunakan di Indonesia.....	2
Gambar 3 Jumlah Followers dari Instagram Kedai Kopi.....	4
Gambar 4. Model Penelitian .....	37
Gambar 5. Inner Model Penelitian .....	47
Gambar 6. Outer Model Penelitian .....	48
Gambar 7. Diagram Jalur .....	49